



FNB SERVED DAILY.

Food for thought... every day!

ΤΟ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟ ΨΗΦΙΑΚΟ
NEWSLETTER ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΠΟΤΩΝ

Με τη συνεργασία του
 **TotalFoodService**
FOODSERVICE NEWS • INDUSTRY TRENDS • EXCLUSIVE INTERVIEWS

ΔΕΥΤΕΡΑ 22 ΙΟΥΝΙΟΥ 2026
ΤΕΥΧΟΣ 2350



• MED FRIGO GROUP

Χαμηλή μονοψήφια ανάπτυξη, άγγιξε διψήφια ποσοστά η άνοδος κερδών το 2025 - Το φετινό πλάνο



• GERMAS FARM

Οι επενδύσεις €1,4 εκατ. σε προσημένα και βόειο κρέας πίσω από το +50% στον τζίρο



• MIK3

Βλέπει διψήφια ανάπτυξη φέτος - Νέα λύση για τον κλάδο γαλακτοκομικών



• ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΕΤΑΣ

Στα Γιάννενα ο πρώτος Περιφερειακός Σύλλογος Αιγοπροβατοτρόφων - Νέες αυξήσεις στο γάλα

Editorial

Τουριστικό rollercoaster

Debrief

Στον Μοροζίνι ο λογαριασμός

Business Maker

- Τί αποκαλύπτει ο ισολογισμός της OK Anytime Market
- Το best seller προϊόν που επιστρέφει στα menu των εστιατορίων

SecretRecipe

Επένδυση με... προεκτάσεις

Business Insight

Τα πολλαπλά μηνύματα της AMK της ElvalHalcor και το κλειδί της μετοχικής σύνθεσης

• **MED FRIGO GROUP**

ΧΑΜΗΛΗ ΜΟΝΟΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΑΓΓΙΞΕ ΔΙΨΗΦΙΑ ΠΟΣΟΣΤΑ Η ΑΝΟΔΟΣ ΚΕΡΔΩΝ ΤΟ 2025 - ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ ΠΛΑΝΟ

Με χαμηλή μονοψήφια ανάπτυξη έτρεξε το 2025 η Med Frigo, η οποία πέρασε πρόσφατα στον έλεγχο της H.I.G. Capital, ενώ μεγαλύτερη ήταν η αύξηση για την τελική κερδοφορία. Ειδικότερα η εταιρεία αναπτύχθηκε με ρυθμό 2,7%, με το EBITDA να υποχωρεί κατά 6,4%, ωστόσο στην τελική γραμμή του ισολογισμού εμφάνισε άνοδο της καθαρής κερδοφορίας κατά 14,2% συγκριτικά με το 2024.

DATA εταιρεία (σε € χιλ.)

<u>Πωλήσεις</u>
2025: 46.354
2024: 45.133
2023: 48.022
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>
2025: 17.809
2024: 18.079
2023: 18.698
<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2025: 6.450
2024: 6.020
2023: 7.752
<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 4.786
2024: 4.191
2023: 5.617

Οι πωλήσεις στις διεθνείς αγορές υπεραντίστησαν τις μικρές απώλειες της εσωτερικής αγοράς.

DATA Διάρθρωση πωλήσεων - εταιρεία (σε €χιλ.)

<u>Ελλάδα</u>
2025: 29.265
2024: 29.627
2023: 29.585
<u>Ξένες αγορές</u>
2025: 17.089
2024: 15.504
2023: 18.437

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

Σε ό,τι αφορά την εικόνα του ομίλου, ο κύκλος εργασιών ξεπέρασε πέρυσι τα €65 εκατ. ενώ ελαφρά βελτιωμένο ήταν το μικτό αποτέλεσμα, προσεγγίζοντας τα €26 εκατ., όπως και το EBITDA το οποίο αυξήθηκε κατά 2,4%. Διψήφια επίπεδα άγγιξε η αύξηση των καθαρών κερδών του ομίλου (9,3%), τα οποία δι-



Αλέξανδρος
Καραφυλλίδης,
CEO, OB Stream

αμορφώθηκαν στα επίπεδα των €5,86 εκατ. Ακόμη ο όμιλος αύξησε σημαντικά τα ταμειακά διαθέσιμα, τα οποία στο τέλος του 2025 ήταν στα επίπεδα των €24 εκατ. από €14,1 εκατ. μία χρονιά πριν.

DATA Όμιλος (σε € χιλ.)

<u>Πωλήσεις</u>
2025: 65.033
2024: 63.752
2023: 65.807
<u>Μικτό αποτέλεσμα</u>
2025: 25.902
2024: 25.630
2023: 28.572
<u>EBITDA</u>
2025: 12.652
2024: 12.358
2023: 9.818
<u>Κέρδη προ φόρων</u>
2025: 8.196
2024: 7.684
2023: 7.635
<u>Καθαρά κέρδη</u>
2025: 5.862
2024: 5.365
2023: 4.899

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Αναφορικά με τις φετινές προοπτικές, ο όμιλος Med Frigo προγραμματίζει την περαιτέρω ενίσχυση της θέσης του στον τομέα των υπηρεσιών μεταφοράς και εφοδιαστικής αλυσίδας, με επίκεντρο τη διαχείριση προϊόντων ελεγχόμενης θερμοκρασίας. Η στρατηγική ανάπτυξης περιλαμβάνει την

αξιοποίηση των υφιστάμενων υποδομών και την ενίσχυση συνεργασιών τόσο στην ελληνική αγορά, όσο και σε διασυνοριακό επίπεδο, μέσω της διεύρυνσης του δικτύου πελατών και της βελτιστοποίησης των υφιστάμενων διαδρομών.

ΟΚ ΣΤΟ DEAL ΜΕ ΤΗΝ OB STREEM

Θυμίζουμε ότι πρόσφατα η Επιτροπή Ανταγωνισμού ενέκρινε ομόφωνα τη συγκέντρωση που αφορά στην απόκτηση αποκλειστικού ελέγχου της Med Frigo από την OB Stream, θυγατρική του επενδυτικού ομίλου H.I.G. Capital.

Η συγκέντρωση αφορά σχετικές αγορές στις οποίες εντοπίζονται οριζόντιες επικαλύψεις μεταξύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, κυρίως στην αγορά παροχής υπηρεσιών εφοδιαστικής και στην αγορά παροχής υπηρεσιών διαμεταφοράς εμπορευμάτων. Η αγορά διαμεταφοράς εμπορευμάτων διακρίνεται περαιτέρω στις κατηγορίες εμπορευμάτων θερμοκρασίας περιβάλλοντος και εμπορευμάτων ελεγχόμενης θερμοκρασίας. Σύμφωνα με την απόφαση, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έλαβε υπόψη τα μικρά μερίδια αγοράς των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων στις σχετικές αγορές και έκρινε ότι δεν μεταβάλλει τις συνθήκες ανταγωνισμού.

Ως εκ τούτου, η υπό κρίση συγκέντρωση δεν εγείρει σοβαρές αμφιβολίες ως προς τη συμβατότητά της με τις απαιτήσεις λειτουργίας του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.

Μάκης Απόστολου
makis@notice.gr

• **TESCO**

ΚΑΤΕΒΑΖΕΙ ΤΑΧΥΤΗΤΑ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΝΤΑΣΗΣ

Η βρετανική αλυσίδα super market, Tesco, ανακοίνωσε επιβράδυνση στον ρυθμό αύξησης των συγκρίσιμων πωλήσεων της στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά το α' τρίμηνο του οικονομικού έτους 2026/2027, με τις επιδόσεις να διαμορφώνονται χαμηλότερα από τις εκτιμήσεις των αναλυτών.

Η εταιρεία απέδωσε τη συγκρατημένη καταναλωτική συμπεριφορά στη συνεχιζόμενη γεωπολιτική αβεβαιότητα που προκαλεί η σύγκρουση στην Μέση Ανατολή, ενώ διατήρησε αμετάβλητες τις προβλέψεις της για την ετήσια κερδοφορία.

Κατά τις 13 εβδομάδες έως τις 30 Μαΐου, οι συγκρίσιμες πωλήσεις (like-for-like) στο Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκαν κατά 1,8%. Το αντίστοιχο ποσοστό του προηγούμενου τριμήνου είχε διαμορφωθεί στο 3,1%.

ΑΠΑΙΤΗΤΙΚΗ Η ΒΑΣΗ ΣΥΓΚΡΙΣΗΣ

Ο CEO της Tesco, Ken Murphy, υπογράμμισε ότι οι ισχυρές επιδόσεις της περυσινής χρονιάς δημιουργούν πλέον μια ιδιαίτερα απαιτητική βάση σύγκρισης, επισημαίνον

τας ότι τα σημερινά αποτελέσματα δεν συνιστούν ένδειξη ουσιαστικής επιβράδυνσης της επιχείρησης.

Παράλληλα, ο Murphy ανέφερε ότι η πολεμική σύγκρουση μεταξύ Ιράν και Ισραήλ έχει επηρεάσει αρνητικά την καταναλωτική εμπιστοσύνη, κυρίως μέσω των πιέσεων στις τιμές της ενέργειας και των έμμεσων επιπτώσεων στο διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών. Ωστόσο, τόνισε ότι μέχρι στιγμής δεν έχει διαπιστωθεί σημαντική επιδείνωση του πληθωρισμού στα τρόφιμα, με τον πληθωρισμό που καταγράφει η Tesco να παραμένει χαμηλότερος από τον επίσημο δείκτη του Ηνωμένου Βασιλείου, ο οποίος διαμορφώθηκε στο 2,2% τον Μάιο.

ΑΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΤΟ GUIDANCE

Παρά το πιο συγκρατημένο ξεκίνημα του οικονομικού έτους, η Tesco διατήρησε αμετάβλητη την εκτίμησή της για προσαρμοσμένα λειτουργικά κέρδη μεταξύ £3 και £3,3 δισ για τη χρήση που ολοκληρώνεται τον Φεβρουάριο του 2027, έναντι λειτουργικών κερδών



Ken
Murphy,
CEO,
Tesco

£3,152 δισ. που είχε καταγράψει κατά την προηγούμενη χρήση.

Σύμφωνα με τον Garry White, επικεφαλής επενδυτικό σχολιαστή της Charles Stanley, η διατήρηση των προβλέψεων αποτελεί θετικό μήνυμα προς την αγορά, καθώς υποδηλώνει ότι η Tesco συνεχίζει να ισορροπεί αποτελεσματικά μεταξύ ανταγωνιστικών τιμών και κερδοφορίας, παρά το πιο αδύναμο εμπορικό περιβάλλον.

Θετική εξέλιξη αποτέλεσε και η πορεία της υπηρεσίας ταχείας παράδοσης προϊόντων Whoosh, της οποίας οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά περισσότερο από 30% σε ετήσια βάση. Ο Ken Murphy σημείωσε μάλιστα ότι η ζήτηση για την υπηρεσία ενισχύθηκε αισθητά με την έναρξη της συμμετοχής της εθνικής ομάδας της Αγγλίας στο Παγκόσμιο Κύπελλο ποδοσφαίρου.

POWERED BY **FN|USA.**

• **AB INBEV**

ΝΕΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΔΣ Ο DIRK VAN DE PUT ΤΗΣ MONDELEZ

Τον διορισμό του Dirk Van de Put στη θέση του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου, με ισχύ από τις 16 Ιουνίου 2026, ανακοίνωσε η AB InBev, στο πλαίσιο της στρατηγικής συνέχειας της διοίκησης του μεγαλύτερου ομίλου ζυθοποιίας παγκοσμίως. Ο Van de Put διαδέχεται τον Martin J. Barrington, ο οποίος αποχώρησε από το Διοικητικό Συμβούλιο. Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της AB InBev ως ανεξάρτητος σύμβουλος από τον Απρίλιο του 2023, ο Dirk Van de Put διαθέτει περισσότερα από 30 χρόνια εμπειρίας στους κλάδους των τροφίμων, των ποτών και των καταναλωτικών αγαθών, έχοντας αναλάβει ηγετικές θέσεις τόσο σε ανεπτυγμένες όσο και σε αναδυόμενες αγορές.

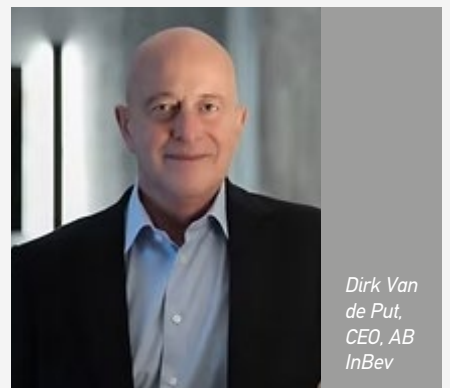
Από το 2017 κατέχει τις θέσεις του Προέδρου και CEO της Mondelez International, ενώ στο παρελθόν διετέλεσε πρόεδρος και CEO της

McCain Foods. Η επαγγελματική του πορεία περιλαμβάνει επίσης ανώτερες διοικητικές θέσεις σε μεγάλους πολυεθνικούς ομίλους, όπως οι Novartis, Danone, Coca-Cola και Mars.

ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο CEO της AB InBev, Michel Doukeris, εξέφρασε την ικανοποίησή του για την ανάληψη της προεδρίας από τον Van de Put, επισημαίνοντας ότι η πολυετής εμπειρία και οι αποδεδειγμένες διοικητικές του ικανότητες θα συμβάλουν ουσιαστικά στην περαιτέρω ανάπτυξη και την υλοποίηση της μακροπρόθεσμης στρατηγικής της εταιρείας.

Από την πλευρά του, ο Dirk Van de Put χαρακτήρισε ιδιαίτερη τιμή την επιλογή του για την προεδρία του Διοικητικού Συμβουλίου,



Dirk Van
de Put,
CEO, AB
InBev

σημειώνοντας ότι, κατά τη διάρκεια της τριετούς παρουσίας του στο ΔΣ, είχε την ευκαιρία να γνωρίσει σε βάθος τη στρατηγική και το δεκαετές αναπτυξιακό πλάνο της εταιρείας. Παράλληλα, εξέφρασε την εμπιστοσύνη του στη διοικητική ομάδα της AB InBev, υπό την ηγεσία του Michel Doukeris, τονίζοντας ότι προσβλέπει στη συμβολή του στη διαμόρφωση του επόμενου κεφαλαίου στην ιστορία της εταιρείας και της παγκόσμιας βιομηχανίας ζυθοποιίας.

• LIDL ΕΛΛΑΣ

ΕΠΕΝΔΥΣΗ €14,86 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΟ ΝΕΟ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

Τις πόρτες του νέου της καταστήματος στην Σαντορίνη, στην περιοχή Μεσαριά, στο 1ο χλμ. της επαρχιακής οδού Φηρών-Πύργου, άνοιξε η Lidl Ελλάς, την περασμένη Πέμπτη 18 Ιουνίου.

“Το νέο, υπερσύγχρονο κατάστημα αντικατέστησε το παλαιότερο της περιοχής, προσφέροντας πλέον έναν ριζικά ανανεωμένο, άνετο και φιλικό προς το περιβάλλον χώρο στους κατοίκους και τους επισκέπτες του νησιού” αναφέρεται στη σχετική ανακοίνωση.

Η συνολική επένδυση για το έργο ανήλθε στα €14,86 εκατ.



Με χώρο πώλησης 916 τ.μ., το κατάστημα έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει μια αναβαθμισμένη, γρήγορη και ευχάριστη πλοήγηση. Ανάμεσα στις σημαντικές καινοτομίες και παροχές του περιλαμβάνονται:

Σύγχρονα Ταμεία: Διαθέτει συνολικά 10 ταμεία, εκ των οποίων τα 6 είναι self-checkout

ταμεία και 4 παραδοσιακά, εξασφαλίζοντας μέγιστη ταχύτητα στις συναλλαγές.

Ανανεωμένα τμήματα: Φιλοξενεί έναν υπεσύγχρονο χώρο Bake Off με φρεσκοψημένα αρτοσκευάσματα και ψωμί που ψήνονται καθημερινά, καθώς και ανεκκυστήρα πελατών για εύκολη πρόσβαση.

Εξωτερικές υποδομές: Διαθέτει νέο, εργονομικό στέγαστρο για τα καρότσια, διευκολύνοντας την κίνηση των καταναλωτών.



ΠΡΑΣΙΝΗ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ

Παράλληλα, η Lidl Ελλάς συνεχίζει να επενδύει στην πράσινη κινητικότητα και την άνετη πρόσβαση:

Χώρος Στάθμευσης: Διατίθενται συνολικά 111 θέσεις στάθμευσης, εκ των οποίων 98 γενικές, 7 θέσεις για ΑμεΑ και 6 θέσεις φόρτισης για ηλεκτροκίνητα οχήματα.

Ηλεκτροκίνηση: Ήδη από την πρώτη μέρα

λειτουργίας είναι διαθέσιμος 1 φορτιστής ηλεκτροκίνητων οχημάτων ενώ υπάρχει τεχνική πρόβλεψη για μελλοντική επέκταση σε έως και 6 θέσεις φόρτισης.



ΥΠΟΣΧΕΣΗ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Σύμφωνα με την ίδια ανακοίνωση, “για τη Lidl Ελλάς, η επένδυση αυτή ξεπερνά τους αριθμούς και τα τετραγωνικά μέτρα. Αποτελεί μια ζωντανή υπόσχεση προς την τοπική κοινωνία της Σαντορίνης: τη δέσμευση να στέκεται καθημερινά δίπλα στους κατοίκους και τους επαγγελματίες του νησιού, προσφέροντας προϊόντα υψηλής ποιότητας στην καλύτερη δυνατή τιμή. Με σεβασμό στην κυκλαδίτικη ταυτότητα, έμφαση στη βιωσιμότητα και στραμμένο το βλέμμα στο μέλλον, το νέο κατάστημα δεν είναι απλώς ένας χώρος αγορών, αλλά ένας νέος κόμβος συνάντησης, στήριξης και ανάπτυξης για ολόκληρο το νησί”.



• ΜΙΚ3

ΒΛΕΠΕΙ ΔΙΨΗΦΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΦΕΤΟΣ - ΝΕΑ ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ

Με διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης κινείται η ΜΙΚ3 κατά το α' πεντάμηνο του 2026, με τη διοίκηση να εκτιμά ότι η μέχρι σήμερα πορεία αποτελεί ισχυρή ένδειξη και για την εξέλιξη του συνόλου της χρήσης.

Η αυξημένη ζήτηση για λύσεις ψηφιακού μετασχηματισμού και εξειδικευμένες εφαρμογές για τον αγροδιατροφικό κλάδο συνεχίζει να στηρίζει την αναπτυξιακή δυναμική της εταιρείας, τόσο στην ελληνική αγορά, όσο και στο εξωτερικό.

Η ΛΥΣΗ ΠΟΥ ΜΕΙΩΝΕΙ ΤΑ ΛΑΘΗ

Ο επικεφαλής της ΜΙΚ3, Σάββας Τορτοπίδης, αναφέρει στο FNB Daily ότι η εταιρεία επενδύει συστηματικά στην ενσωμάτωση τεχνολογιών Τεχνητής Νοημοσύνης στις λύσεις λογισμικού που αναπτύσσει.

Στο πλαίσιο αυτό, βρίσκεται σε εξέλιξη η ανάπτυξη νέας εφαρμογής που επιτρέπει την καταχώριση και παραλαβή δεδομένων μέσω φωτογραφίας, απλοποιώντας σημαντικά μία διαδικασία που μέχρι σήμερα βασίζεται σε χειροκίνητες καταχωρίσεις και παρουσιάζει αυξημένες πιθανότητες λαθών.

Όπως επισημαίνει, η παραλαβή αποτελεί κρίσιμο σημείο στη ροή της πληροφορίας, καθώς από την ορθότητά της εξαρτάται η ποιότητα των πρωτογενών δεδομένων που καταγράφονται στο σύστημα. Η νέα λύση αξιοποιεί φωτογραφικό υλικό και γεωγραφικό στίγμα (GPS), διασφαλίζοντας την ακρίβεια και την ικνηλασιμότητα των στοιχείων που συλλέγονται. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα αποθήκευσης φωτογραφιών από κρίσιμα σημεία της διαδικασίας, όπως οι μετρητές βυτιών, ενισχύοντας τον έλεγχο και την τεκμηρίωση των παραδόσεων.

ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Σύμφωνα με τον ίδιο, η εφαρμογή λειτουργεί ήδη πιλοτικά και έχει φτάσει σε υψηλό βαθμό ωριμότητας, με τα πρώτα αποτελέσματα να κρίνονται ιδιαίτερα ενθαρρυντικά. Παράλληλα, η εταιρεία υλοποιεί έργα και εκτός Ελλάδας, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη συνεργασία της στην Κύπρο με τον όμιλο Χαραλαμπίδης, επιβεβαιώνοντας τη δυνατότητα εξαγωγής της τεχνογνωσίας που έχει αναπτύξει.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΑΡΑ ΤΟ ΔΥΣΚΟΛΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η στρατηγική της ΜΙΚ3 εστιάζει στην ανάπτυξη λύσεων που βελτιώνουν την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων, περιορίζουν τα λειτουργικά σφάλματα και αυξάνουν την ευχρηστία των συστημάτων. Ο κ. Τορτοπίδης σημειώνει ότι παρά την αβεβαιότητα που δημιουργούν οι διεθνείς εξελίξεις, οι επιχειρήσεις του κλάδου εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν έντονες προκλήσεις σε επίπεδο στελέχωσης και παραγωγικότητας, γεγονός που καθιστά τις επενδύσεις στην τεχνολογία ακόμη πιο αναγκαίες.

Όπως επισημαίνει, σημαντικό μέρος των επενδύσεων που υλοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια υποστηρίχθηκε από ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία, τα οποία επιτάχυναν τον ψηφιακό μετασχηματισμό πολλών επιχειρήσεων. Κατά την εκτίμησή του, οι εταιρείες που κατάφεραν να ενισχύσουν τη θέση τους στην αγορά ήταν εκείνες που συνέχισαν να επενδύουν στις υποδομές και στις δυνατότητές τους ακόμη και σε περιόδους κρίσης, μετατρέποντας τις προκλήσεις σε ευκαιρίες εξέλιξης.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr



Σάββας Τορτοπίδης,
Επικεφαλής, ΜΙΚ3

SME
D A I L Y

Το καθημερινό
newsletter για
τη μικρομεσαία
επιχειρηματικότητα

Γίνε
συνδρομητής
ΔΩΡΕΑΝ
εδώ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΔΩΡΕΑΝ
ΔΕΥΤΕΡΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
ΣΤΙΣ **05:45**

Με την αξιοπιστία της

NOTICE
CONTENT & SERVICES

• **KROGER**

ΑΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΤΟ ΦΕΤΙΝΟ GUIDANCE ΠΑΡΑ ΤΙΣ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ

Η αμερικανική αλυσίδα super market Kroger διατήρησε αμετάβλητες τις προβλέψεις της για το οικονομικό έτος 2026, επισημαίνοντας ότι οι καταναλωτές εξακολουθούν να εμφανίζονται ιδιαίτερα προσεκτικοί στις αγορές τους, καθώς ο πληθωρισμός και το αυξημένο κόστος ζωής συνεχίζουν να επηρεάζουν τη συμπεριφορά τους.

ΤΡΕΧΟΥΝ ΟΙ ΤΙΜΕΣ

Η εταιρεία, με έδρα το Σινσινάτι του Οχάιο, ακολουθεί τη στρατηγική και άλλων μεγάλων λιανεμπόρων, όπως η Walmart, διατηρώντας αμετάβλητες τις εκτιμήσεις της για το σύνολο της χρήσης, παρά το γεγονός ότι οι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε οικονομικότερες επιλογές και προϊόντα χαμηλότερου κόστους.

Την ίδια στιγμή, ο πληθωρισμός στις Ηνωμένες Πολιτείες επιταχύνθηκε τον Μάιο με τον υψηλότερο ρυθμό των τελευταίων τριών ετών. Οι τιμές στα τρόφιμα συνέχισαν να αυ-

ξάνονται, με τις σημαντικότερες ανατιμήσεις να καταγράφονται στα μη αλκοολούχα ποτά, τα δημητριακά, τα προϊόντα αρτοποιίας, καθώς και στα φρούτα και τα λαχανικά.

Η Kroger εξακολουθεί να εκτιμά ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις της, εξαιρουμένων των καυσίμων, θα αυξηθούν κατά 1% έως 2% μέσα στο οικονομικό έτος 2026.

Ο νέος CEO της εταιρείας, Greg Foran, δήλωσε ότι τα αποτελέσματα του α' τριμήνου ήταν ικανοποιητικά, υπογραμμίζοντας ωστόσο ότι εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΙΩΣΕΩΝ ΤΙΜΩΝ

Στο πλαίσιο της προσπάθειας να ανακτήσει μερίδιο αγοράς από ανταγωνιστές όπως η Walmart και η Costco, οι οποίοι προσφέρουν προϊόντα σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές, η Kroger προχωρά σε εκτεταμένες μειώσεις τιμών σε χιλιάδες προϊόντα.

Η εταιρεία έχει ανακοινώσει ότι το πρόγραμ-



Greg Foran,
CEO, Kroger

μα μειώσεων θα χρηματοδοτηθεί εν μέρει μέσω εξοικονόμησης κόστους, αξιοποιώντας απευθείας εισαγωγές προϊόντων, βελτιώσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα και μεγαλύτερη χρήση τεχνολογικών λύσεων, ώστε τα οφέλη να μεταφερθούν στους καταναλωτές μέσω χαμηλότερων τιμών στα ράφια. Παράλληλα, η Kroger συνεχίζει να επενδύει στην ανάπτυξη προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, σε προωθητικές ενέργειες, στο άνοιγμα νέων καταστημάτων και στην ενίσχυση των ψηφιακών της υπηρεσιών, με στόχο την αύξηση της επισκεψιμότητας και της πιστότητας των πελατών.

• **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ**

ΑΝΟΙΞΕ Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥΣ ΒΩΛΟΥΣ ΣΤΑ ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΑ

Ένα ακόμη βήμα στον ψηφιακό μετασχηματισμό της ελληνικής κτηνοτροφίας γίνεται πράξη, με την ενεργοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας για την υποβολή αιτήσεων προμήθειας ηλεκτρονικών ενδοστομαχικών βώλων στα αιγοπρόβατα.

Η πλατφόρμα είναι πλέον διαθέσιμη για τους κτηνοτρόφους, τις εγκεκριμένες εταιρείες διάθεσης ψηφιακών μέσων σήμανσης καθώς και τα καταστήματα λιανικής διάθεσης μέσων σήμανσης αιγοπροβάτων, σηματοδοτώντας την έναρξη μιας μεταρρύθμισης που ενισχύει τη διαφάνεια, την αποτελεσματικότητα των ελέγχων και την αξιοπιστία των αγροτικών ενισχύσεων.

ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Η λειτουργία της πλατφόρμας εντάσσεται στην πιλοτική εφαρμογή του νέου συστήματος ιχνηλασιμότητας, το οποίο θεσπίστηκε με κοινή απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Μαργαρίτη Σχοινά, και του Διοικητή της ΑΑΔΕ, Γιώργου Πιτσιλή.

Υπενθυμίζεται ότι για το 2026 το μέτρο εφαρμόζεται πιλοτικά σε κτηνοτροφικές εκμεταλ-



λεύσεις με περισσότερα από 900 αιγοπρόβατα, ενώ από το 2027 προβλέπεται η καθολική εφαρμογή του.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ

Σύμφωνα με το νέο πλαίσιο, η τοποθέτηση ηλεκτρονικών ενδοστομαχικών βώλων αποτελεί προϋπόθεση επιλεξιμότητας για τη χορήγηση ενωσιακών και εθνικών ενισχύσεων σε αιγοπρόβατα ηλικίας άνω των έξι μηνών.

Οι ηλεκτρονικοί βώλοι φέρουν μοναδικούς κωδικούς ταυτοποίησης, οι οποίοι συνδέονται με τους κωδικούς των ενωτίων των ζώων και καταχωρούνται στη νέα ψηφιακή

Βάση Ιχνηλασιμότητας. Η τοποθέτηση και η καταχώριση των στοιχείων πραγματοποιούνται αποκλειστικά από πιστοποιημένους κτηνιάτρους.

ΥΠΟΒΟΛΗ ΑΙΤΗΣΕΩΝ

Μέσω της νέας πλατφόρμας, οι κτηνοτρόφοι μπορούν να υποβάλλουν ηλεκτρονικά τις αιτήσεις τους για την προμήθεια βώλων και να παρακολουθούν τη διαδικασία μέσα από ένα πλήρως ψηφιακό περιβάλλον, το οποίο ενισχύει την ακρίβεια, τη διαφάνεια και την αξιοπιστία της καταγραφής του ζωικού κεφαλαίου.

Σύνδεσμοι πρόσβασης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες:

- Κτηνοτρόφοι – Παραγγελία σήμανσης αιγοπροβάτων: [Παραγγελία σήμανσης αιγοπροβάτων](#)
- Εγκεκριμένες εταιρείες διάθεσης μέσων σήμανσης: [Διαχείριση παραγγελιών ενωτίων αιγοπροβάτων για εταιρείες](#)
- Καταστήματα λιανικής διάθεσης μέσων σήμανσης: [Απογραφή λιανοπωλητών ενωτίων αιγοπροβάτων και διαχείριση παραγγελιών](#)

• **GERMAS FARM**

ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ €1,4 ΕΚΑΤ. ΣΕ ΠΡΟΨΗΜΕΝΑ ΚΑΙ ΒΟΕΙΟ ΚΡΕΑΣ ΠΙΣΩ ΑΠΟ ΤΟ +50% ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ

Στη διεύρυνση της γκάμας των προϊόντων της, με σημαντικό αντίκρισμα στον κύκλο εργασιών της, έχει προχωρήσει την τελευταία τετραετία η Germas Farm (Γέρμας Φαρμ), συντηρώντας παράλληλα αξιοπρόσεκτη εξαγωγική δραστηριότητα. Έχοντας πορεία δύο και πλέον δεκαετιών στην παραγωγή, επεξεργασία και τυποποίηση χοιρινού κρέατος, αλλαντικών και κρεατοσκευασμάτων από ιδιόκτητες φάρμες στην Λεύκη Καστοριάς, η εταιρεία της οικογένειας Σανάτσιου πριν από 4 χρόνια αποφάσισε να εισέλθει και στο βόειο κρέας, εφαρμόζοντας το ίδιο καθιερωμένο μοντέλο.

Όπως εξηγεί στο Fnb Daily ο Άρης Σανάτσιος, εκ των ιδιοκτητών, η επέκταση των σταβλικών εγκαταστάσεων με την προσθήκη χώρων εκτροφής βοοειδών έγινε σε διαδοχικές φάσεις, με την τελευταία να ολοκληρώνεται στα τέλη του 2025 και το συνολικό κόστος να ανέρχεται σε €1 εκατ. Μέρος του καλύφθηκε από το πρόγραμμα "Παράγουμε στην Ελλάδα" του ΕΣΠΑ.

ΤΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΦΑΡΜΑΣ

Πλέον στη φάρμα της Germas Farm εκτρέφονται 15.000 χοίροι και 1.500 βοοειδή ετησίως ενώ πριν από 1,5 χρόνο δρομολογήθηκε μια ακόμα επένδυση στις παραγωγικές υποδομές, αυτή τη φορά για την προσθήκη γραμμής προψημένων κρεατοσκευασμάτων, με κόστος €400 χιλ., η οποία υλοποιήθηκε με ίδια κεφάλαια.

ΣΤΑ €11,5 ΕΚΑΤ. Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΟ 2025

Η πλήρης επίδραση των δύο νεώτερων δραστηριοτήτων αποτυπώθηκε για πρώτη φορά στα οικονομικά στοιχεία του 2025 που έκλεισε, σύμφωνα με τον κ. Σανάτσιο, με ανάπτυξη της τάξης το 50% και τον κύκλο εργασιών να ανέρχεται σε €11,5κατ.

"Δεν έχουμε σταματήσει να επενδύουμε πάνω

στην δραστηριότητά μας", υπογραμμίζει ο κ. Σανάτσιος, προσθέτοντας ότι σύντομα θα ακολουθήσει ένα επενδυτικό πρόγραμμα εκσυγχρονισμού, αξιοποιώντας πιθανότατα κάποιο από τα αναπτυξιακά εργαλεία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ REVIVAL CONSULTING

Στο ίδιο πνεύμα εντάσσεται και η πρόσφατη συνεργασία με τη Revival Consulting Services για τον εκσυγχρονισμό κρίσιμων εταιρικών λειτουργιών, όπως η οργάνωση λογιστηρίου, η μισθοδοσία αλλά και ο τομέας της μηχανογράφησης με μετάβαση στο σύγχρονο περιβάλλον Entersoftone και ανάπτυξη εξειδικευμένων λύσεων για τη συνολική αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας και της καθημερινής λειτουργίας της εταιρείας.

ΣΤΟ 10% ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η Germas Farm διαθέτει νωπό κρέας, αλλαντικά και κρεατοσκευάσματα για πωλήσεις στο ράφι ή επί ζυγίου στο κανάλι της μικρής λιανικής (κρεοπωλεία, delicatessen κ.α.) και στο HoReCa, με ένα δίκτυο πωλήσεων που, πέρα από την Καστοριά, περιλαμβάνει και όμορους ή κοντινούς νομούς (πχ Ιωάννινα, Κοζάνη). Παράλληλα, πραγματοποιεί εξαγωγές σε Γερμανία, Αγγλία, Κύπρο, Ιταλία και Σουηδία που ανέρχονται πλέον στο 10% του τζίρου της.

Η ΦΕΤΙΝΗ ΕΙΚΟΝΑ

Μετά το άλμα 50% στον κύκλο εργασιών το 2025, οι πωλήσεις στο α' πεντάμηνο του 2026 κινήθηκαν, σύμφωνα με τον κ. Σανάτσιο, στα περυσινά επίπεδα, ωστόσο αναμένεται μικρή αύξηση στη διάρκεια των θερινών μηνών.

Γιάννης Τσατσάκης

yannis@notice.gr



BNB
DAILY

BUSINESS IN BRIEF

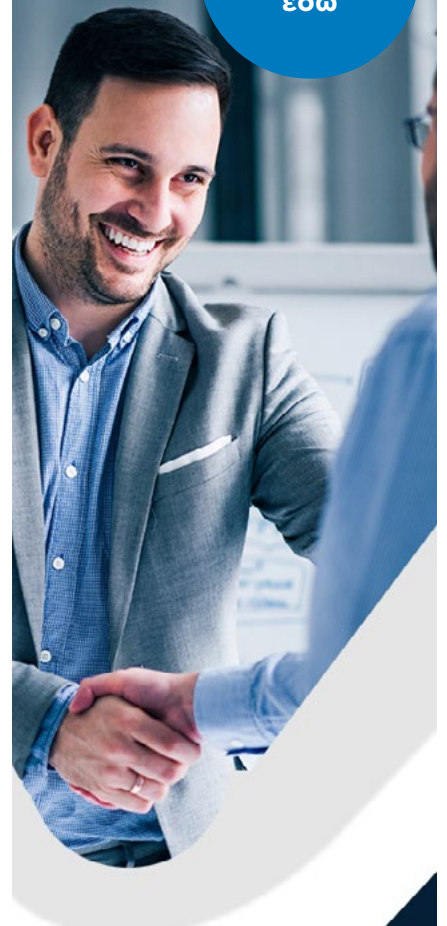
ΚΑΘΕ ΠΡΩΙ ΣΤΟ EMAIL ΣΑΣ!

- Business Opinions
- Business Secrets
- Τράπεζες
- Ναυτιλία
- Real Estate
- Μετακινήσεις Στελεχών

ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟ BNB DAILY:

BnBeauty

Γίνε
συνδρομητής
εδώ



• **ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΦΕΤΑΣ**
ΣΤΑ ΓΙΑΝΝΕΝΑ Ο ΠΡΩΤΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΟΤΡΟΦΩΝ - ΝΕΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΓΑΛΑ

Τη δημιουργία Συλλόγων Αιγοπροβατοτρόφων σε κάθε περιφέρεια με δικαίωμα παραγωγής φέτας ΠΟΠ, προωθεί η ΕΔΟΦ (Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Φέτας) σε μια προσπάθεια να αυξηθεί η εκπροσώπηση των κτηνοτρόφων αλλά και να ισχυροποιηθεί έτι περαιτέρω η θέση της Οργάνωσης.

Όπως πληροφορείται το Fnb Daily, ο πρώτος τέτοιος σύλλογος έχει ήδη συγκροτηθεί στα Γιάννενα, έχοντας μάλιστα καταθέσει και το σχετικό αίτημα αναγνώρισης στο Πρωτοδικείο. Αντίστοιχες κινήσεις αναμένονται το επόμενο διάστημα στην Θεσσαλονίκη, την Λάρισα, την Ξάνθη και στην Μυτιλήνη. Σημειώνεται ότι αυτή τη στιγμή οι αιγοπροβατοτρόφοι εκπροσωπούνται στην ΕΔΟΦ μέσω του ΣΕΚ (Σύνδεσμος Ελλήνων Κτηνοτρόφων), της ΠΕΚ (Πανελλήνια Ένωση Κτηνοτρόφων) και της Ομοσπονδίας Κτηνοτροφικών Συλλόγων Θεσσαλίας.

ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ
ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

"Το σκεπτικό είναι να ανανεώσουμε την αντιπροσωπευτικότητα των παραγωγών και να εξασφαλίσουμε την όσο το δυνατόν πιο ενεργή συμμετοχή τους", δηλώνει στο Fnb Daily ο εκπρόσωπος της ΕΔΟΦ, Νίκος Τάχας, εξηγώντας



Σημείωμα από την ημερίδα που διοργάνωσε η ΕΔΟΦ στην Ξάνθη

ότι η ενίσχυση της συλλογικής οργάνωσης των κτηνοτρόφων είναι καθοριστικής σημασίας για την βιωσιμότητα του κλάδου και την προστασία του προϊόντος.

ΕΠΙΚΑΙΡΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Επιπλέον θα συμβάλει επίσης στον έτερο άμεσο στόχο της ΕΔΟΦ, που είναι η πλήρης χαρτογράφηση του κλάδου, με επικαιροποίηση των στοιχείων που αφορούν τόσο στους παραγωγούς όσο και στις ποσότητες γάλακτος που κατευθύνονται στη φέτα. "Θέλουμε να καταγράψουμε ποιοι και πόσοι είμαστε και τι δύναμη μπορούμε να έχουμε, ώστε να οργανωθούμε καλύτερα", υπογραμμίζει ο κ. Τάχας. Το μήνυμα αυτό μεταδόθηκε στις ενημερωτικές ημερίδες που πραγματοποίησε η ΕΔΟΦ πρόσφατα

σε Θεσσαλονίκη και Ξάνθη, στο πλαίσιο της πανελλαδικής της εκστρατείας.

ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΑ ΤΑ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΑ
ΓΑΛΑΤΑ

Οι πρωτοβουλίες της Διεπαγγελματικής έρχονται σε μια στιγμή που οι τιμές του πρόβειου γάλακτος δείχνουν να παίρνουν και πάλι την ανιούσα και, μάλιστα, σε μια περίοδο που -υπό κανονικές συνθήκες- αυτό σπάνια συμβαίνει, δεδομένου ότι τα "καλοκαιρινά γάλατα" θεωρούνται υποδεέστερα σε ποιότητα λόγω της χαμηλότερης περιεκτικότητάς τους σε λιπαρά και πρωτεΐνες. Επιπλέον, οι χαμηλότερες πρωτεΐνες μεταφράζονται και σε χαμηλότερη απόδοση σε τελικό προϊόν, με αποτέλεσμα υψηλότερο κόστος για το τυροκομείο.

Είναι χαρακτηριστικό ότι τα νούμερα που ακούγονται το τελευταίο διάστημα για το πρόβειο γάλα κινούνται στην περιοχή του €1,70-€1,75 το κιλό, με τις αυξήσεις στις περισσότερες περιπτώσεις να κυμαίνονται από 5 έως 7 λεπτά το κιλό. Στην αγορά δεν είναι λίγοι αυτοί που θεωρούν ότι χρονικά δεν απέχουμε πολύ από τιμές κοντά στα €2 ευρώ το κιλό...

Γιάννης Τσατσάκης
yannis@notice.gr

• **ΚΟΝΒΑ**
ΒΛΕΠΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 20% ΣΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ
ΣΕ ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ ΚΑΙ ΤΣΕΧΙΑ

Θετικά κινείται το 2026 η Konva, η εταιρεία πίσω από τα brands Trata και Flokos, καθώς εκτιμά ότι το α' εξάμηνο της χρονιάς αναμένεται να ολοκληρωθεί με άνοδο πωλήσεων 20%.

Όπως αναφέρει στο Fnb Daily ο Εμπορικός Διευθυντής, Δημήτρης Συνοδινός, η εξέλιξη αυτή ενισχύει τις προσδοκίες για μια ιδιαίτερα θετική χρήση, μετά από μια χρονιά κατά την οποία τα οικονομικά μεγέθη διατηρήθηκαν σε σταθερή τροχιά, κυρίως λόγω της πρώτης χρονιάς εφαρμογής του νέου κώδικα δεοντολογίας.

Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ 2025

Υπενθυμίζεται ότι το 2025 ολοκληρώθηκε με ενοποιημένο κύκλο εργασιών κοντά στα €41 εκατ., επίπεδο αντίστοιχο με εκείνο της προηγούμενης χρήσης. Παρότι οι πρώτοι μήνες της χρονιάς χαρακτηρίστηκαν από συγκρα-



Δημήτρης Συνοδινός, Εμπορικός Διευθυντής, Konva

τημένη κινητικότητα, η εγχώρια αγορά έκλεισε με άνοδο που ξεπέρασε το 2%, συμβάλλοντας στη διατήρηση της συνολικής επίδοσης.

ΣΤΟ 15% ΤΟΥ ΤΖΙΡΟΥ
ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Σημαντικό μέρος της ανάπτυξης της Konva προέρχεται από τη στρατηγική που ακολουθεί και στις διεθνείς αγορές. Σήμερα, περίπου το 15% των εσόδων προέρχεται από το εξωτερικό, με τα προϊόντα της να έχουν παρουσία σε περισσότερες από 20 χώρες.

Εκτός των ευρωπαϊκών αγορών, η εταιρεία διατηρεί εμπορική δραστηριότητα σε προορισμούς όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο Καναδάς, το Καζακιστάν και η Γεωργία.

Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν δύο αγορές στις οποίες η διοίκηση βλέπει αυξημένες προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και η Τσεχία, όπου καταγράφονται ευκαιρίες για ενίσχυση της παρουσίας των προϊόντων της.

Παράλληλα, τα brands Trata και Flokos συγκεντρώνουν μερίδιο που προσεγγίζει το 30% των πωλήσεων της κατηγορίας σε επίπεδο sell out, συμπεριλαμβανομένης της δραστηριότητας που αναπτύσσεται μέσω προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Στέλλα Αυγουστάκη
stella@notice.gr

• **KRAFT HEINZ**
ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ
ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΤΑΧΥΝΕΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Σε εκτεταμένη αναδιάρθρωση της οργανωτικής και διοικητικής της δομής προχωρά η Kraft Heinz, με στόχο την επιτάχυνση της ανάπτυξης, τη βελτίωση της αποδοτικότητας και την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των πόρων της σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΡΟΧΩΡΑ

Στο πλαίσιο των αλλαγών, η εταιρεία ανακοίνωσε τη μείωση ανώτερων διοικητικών θέσεων και την αναδιοργάνωση των διεθνών δραστηριοτήτων της σε τρεις βασικές γεωγραφικές περιφέρειες:

- την Βόρεια Αμερική
- την Ευρώπη
- τις ανεπτυγμένες αγορές του Ειρηνικού, καθώς και τις αναδυόμενες αγορές

Η νέα οργανωτική δομή θα τεθεί σε ισχύ από την 1η Ιουλίου.

Επικεφαλής της δραστηριότητας στην Βόρεια Αμερική θα παραμείνει ο Nico Amaya, διατηρώντας την ευθύνη για τις αγορές των Ηνωμένων Πολιτειών και του Καναδά.

Παράλληλα, η Kraft Heinz ενοποιεί τις λειτουργίες προμηθειών και εφοδιαστικής αλυσίδας σε μία ενιαία παγκόσμια μονάδα, υπό την ηγεσία της Janelle Aydin, η

οποία αναλαμβάνει καθήκοντα Global Chief Procurement and Supply Chain Officer.

ΟΡΑΤΗ ΠΡΟΟΔΟΣ

Ο CEO, Steve Cahillane, δήλωσε ότι η Kraft Heinz έχει ήδη αρχίσει να καταγράφει πρόοδο σε αρκετούς τομείς της δραστηριότητάς της και εκτίμησε ότι η νέα περιφερειακή δομή θα επιτρέψει στην εταιρεία να επιταχύνει σημαντικά την αναπτυξιακή της πορεία. Όπως ανέφερε, ο νέος σχεδιασμός δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την καλύτερη αξιοποίηση του χαρτοφυλακίου προϊόντων και την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης, με βασικό μοχλό την αύξηση των πωλήσεων.

Οι αλλαγές πραγματοποιούνται σε μια περίοδο κατά την οποία η Kraft Heinz καλείται να αντιμετωπίσει σημαντικές προκλήσεις, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο προς λιγότερο επεξεργασμένα τρόφιμα, ενώ παράλληλα περιορίζουν τις δαπάνες τους εξαιτίας των επίμονων πληθωριστικών πιέσεων.

Ο Steve Cahillane, ο οποίος ανέλαβε τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου τον Ιανουάριο, έχει ήδη δρομολογήσει σειρά στρατηγικών πρωτοβουλιών για τον μετασχηματισμό της εταιρείας.



Steve Cahillane, CEO, Kraft Heinz

Παράλληλα, ανακοίνωσε επενδυτικό πρόγραμμα ύψους \$600 εκατ., το οποίο θα κατευθυνθεί στην ενίσχυση του marketing, των πωλήσεων, της έρευνας και ανάπτυξης, στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, αλλά και σε ενδεχόμενες μειώσεις τιμών, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

• **Debrief** •

ΣΤΟΝ ΜΟΡΟΖΙΝΙ Ο ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ

Κι όμως, γκρινιάξαμε και γι' αυτό. Για την πιο "καθαρή" εικόνα του Παρθενώνα, τουλάχιστον όσο θυμάμαι εγώ. Πριν λίγες ημέρες ολοκληρώθηκε η αποκατάσταση του δυτικού αετώματος του Παρθενώνα, με την οριστική απομάκρυνση των εξωτερικών ικριωμάτων. Σε... νέα ελληνικά, υπήρξε συμπλήρωση ενός κομματιού και απομακρύνθηκαν οι σκαλωσιές από το συγκεκριμένο μέρος.

Εξαιρετικά, θα μπορούσε να πει κάποιος. Κι όμως, και γι' αυτό υπήρξαν ενστάσεις. Όχι πολλές, για να μην είμαι άδικος, αλλά υπήρξαν. Μια γύρα στο social media και τις εντοπίζεις. Και εντελώς καλόπιστα δεν τις καταλαβαίνω.

Έχω μια φωτογραφία από επίσκεψη στην Ακρόπολη, από τότε που ήμουν 2-3 ετών. Ο Παρθενώνας ήταν τότε χωρίς σκαλω-

σιές. Μεγάλωσα βλέποντας το μνημείο σχεδόν πάντοτε εγκλωβισμένο γύρω από έναν μεταλλικό ιστό. Απαραίτητη διαδικασία απ' όσο έχω διαβάσει, γιατί ο ναός είχε σοβαρά τραύματα τόσο από το πέρασμα του χρόνου, όσο και από παλαιότερες αναστηλωτικές προσπάθειες.

Απαραίτητη μεν, αντιαισθητική δε. Πλέον ήμουν σίγουρος ότι δεν θα δω ποτέ τον Παρθενώνα χωρίς σκαλωσιές. Κι όμως, εδώ και λίγες η πιο πολυφωτογραφημένη πλευρά του (αυτή προς την Διονυσίου Αεροπαγίτου) είναι ελεύθερη, ανασαίνει. Και μαζί της ανασαίνει και η ματιά του επισκέπτη.

Κατανόω ότι η αισθητική είναι κάτι υποκειμενικό. Αλλά εδώ έχουμε κάτι πολύ απλό: συμπληρώθηκε ο ναός με ένα κομμάτι λευκό μάρμαρο. Δεν είναι ότι αναστηλώθηκε

όπως ήταν στα χρόνια του Περικλή. Απλά συμπληρώθηκε. Δηλαδή ήταν καλύτερα πριν; Γιατί αν είναι έτσι, ας αφήναμε τον Παρθενώνα, όπως ακριβώς έγινε μετά τον βομβαρδισμό από τον Μοροζίνι. Γενικά, αν θέλουμε κάποιον να κατηγορήσουμε για τη σημερινή εικόνα της Ακρόπολης είναι σίγουρα ο Βενετός Δόγης.

Η ένσταση, η αμφισβήτηση ακόμα και η γκρίνια, έχουν τον ρόλο τους σε μια κοινωνία. Ξυπνάνε... τα αίματα που λένε και στο χωριό μου. Αλλά πιο χρήσιμη είναι η ενέργεια και η δράση. Μόνο έτσι παράγονται αποτελέσματα. Και στην Ελλάδα αυτό που χρειαζόμαστε περισσότερο είναι το αποτέλεσμα.

Γιάννης Παλιούρης
giannis@notice.gr

Business Maker

ΤΙ ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΕΙ Ο ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ OK ANYTIME MARKET

Η ανάγνωση των οικονομικών καταστάσεων των αλυσίδων super market κρύβει πάντα ενδιαφέρουσες ειδήσεις. Ειδικά σε μια περίοδο, που το οργανωμένο λιανεμπόριο τροφίμων βρίσκεται αντιμέτωπο με τη διπλή πρόκληση των πληθωριστικών πιέσεων και της αναζήτησης εξειδικευμένου δυναμικού. Η περίπτωση της OK Anytime Market για τη χρήση του 2025 αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτυπώνοντας ανάγλυφα τη νέα πραγματικότητα, που επικρατεί στην αγορά. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του δημοσιευμένου ισολογισμού της εταιρείας, οι μισθολογικές δαπάνες καταγράφουν αισθητή άνοδο. Συγκεκριμένα, η καθαρή δαπάνη για μισθούς και ημερομίσθια ανήλθε το 2025 σε €4,7 εκατ., παρουσιάζοντας μια καθαρή αύξηση της τάξης των €435.000. Η εξέλιξη αυτή συμβαδίζει με την ενίσχυση

του αριθμού του απασχολούμενου διοικητικού προσωπικού, ο οποίος διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στους 185 εργαζόμενους, έναντι 166 την προηγούμενη χρονιά. Αν συνυπολογιστούν οι ασφαλιστικές εισφορές και οι λοιπές παρεπόμενες παροχές, το συνολικό κόστος προσωπικού για την αλυσίδα άγγιξε τα €5,9 εκατ. (από €5,5 εκατ. το 2024). Όπως επισημαίνουν παράγοντες της αγοράς, τα νούμερα αυτά αποκαλύπτουν τη δομική αλλαγή, που συντελείται στο retail. Και δεν είναι άλλη από την αύξηση του κόστους εργασίας, η οποία δεν αποτελεί μια μεμονωμένη επιλογή, αλλά μια αναγκαιότητα για το σύνολο των παικτών του λιανεμπορίου. Η έλλειψη εργατικών χειρών — που ξεκινά από τις αποθήκες και φτάνει μέχρι το ταμείο —, σε συνδυασμό με την ανάγκη διακράτησης των ικανών στελεχών, αναγκάζει

τις διοικήσεις των εταιρειών να προχωρούν σε διαδοχικές αναπροσαρμογές των μισθολογικών τους κλιμακίων και σε παροχή επιπλέον κινήτρων.

Την ίδια στιγμή, το μεγάλο στοίχημα για τους επιχειρηματίες του κλάδου μετατοπίζεται στην επόμενη μέρα: Πώς θα καταφέρουν να απορροφήσουν αυτές τις μόνιμες επιβαρύνσεις χωρίς να τις μετακλήσουν στις τελικές τιμές, σε μια περίοδο, που η αγοραστική δύναμη παραμένει πιεσμένη και το καλάθι βρίσκεται υπό συνεχή επιτήρηση.

Η απάντηση, λένε οι ίδιοι κύκλοι, βρίσκεται στην ψηφιοποίηση, την αυτοματοποίηση των logistics και τη βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Όποιος δεν καταφέρει να παράξει εσωτερικές οικονομίες κλίμακας, θα δει τα περιθώρια κέρδους του να συρρικνώνονται επικίνδυνα.

ΤΟ BEST SELLER ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΑ MENU ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Στον κόσμο της μαζικής εστίασης και του fast food, οι ιδιοκτήτες αναζητούν διαρκώς τη μαγική συνταγή, που θα κάνει τη διαφορά και θα προσελκύσει περισσότερους πελάτες. Σε μεγάλη γνωστή αλυσίδα και όχι μόνο, το πιάτο, που κερδίζει τις εντυπώσεις και μαζί τις προτιμήσεις, δεν είναι άλλο από την σαλάτα... ceasar. Εξέλιξη, που η αλυσίδα δεν περίμενε όταν εμπλούτιζε το menu της με τη συγκεκριμένη επιλογή. Και αυτό, γιατί αυτό τον ρόλο παραδοσιακά παίζουν τα ζυμαρικά και οι πίτσες. Η ceasar βέβαια είναι ένα προϊόν, που υπάρχει εδώ και δεκαετίες στα menu, ωστόσο, τελευταία φαίνεται πως γνωρίζει μια νέα περίοδο άνθι-

σης. Η ζήτηση είναι αρκετά δυναμική, και έχει εκπλήξει ακόμα και τους πιο έμπειρους του κλάδου. Δεν πρόκειται απλώς για μια τάση υγιεινής διατροφής, αλλά για μια δομική αλλαγή στις καταναλωτικές συνήθειες.

Η επιχειρηματική ουσία, όμως, κρύβεται στο περιθώριο κέρδους. Οι ιδιοκτήτες εστιατορίων συνειδητοποίησαν ότι η σαλάτα προσφέρει ένα μοναδικό πεδίο κερδοφορίας. Ενώ η βάση του προϊόντος (φυλλώδη λαχανικά) έχει σχετικά χαμηλό κόστος, η προσθήκη value-added υλικών — όπως premium τυριά, ξηροί καρποί, ιδιαίτερα dressings ή λίγες φέτες κοτόπουλου και σολομού — επιτρέ-

πει τη μετατροπή της σε ένα πλήρες γεύμα, το οποίο τιμολογείται συχνά όσο ένα καλό κρεατικό. Αυτός είναι ο λόγος, που βλέπουμε πλέον ακόμα και τις πιο παραδοσιακές αλυσίδες γρήγορου φαγητού, αλλά και τα κλασικά ελληνικά εστιατόρια, να ανασχεδιάζουν τα menu τους, δίνοντας περίοπτη θέση σε περίπλοκες, signature σαλάτες. "Η ceasar αποδεικνύει ότι, στην εστίαση, η καινοτομία δεν κρύβεται πάντα σε περίπλοκες τεχνικές, αλλά στην ικανότητα να επανασυστήνεις ένα καθιερωμένο προϊόν με όρους σύγχρονου marketing και υψηλού περιθωρίου κέρδους", σημειώνει με έμφαση γνωστός παράγοντας της εστίασης.



REAL ESTATE DAILY SECRET

THE KEY TO PROPRIETARY INFORMATION

Το κλειδί για να μαθαίνετε τα μυστικά της αγοράς ακινήτων, κάθε μέρα στο e-mail σας. Με την υπογραφή της



NOTICE
CONTENT & SERVICES



Business Insight

ΤΑ ΠΟΛΛΑΠΛΑ ΜΗΝΥΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΜΚ ΤΗΣ ELVALHALCOR ΚΑΙ ΤΟ ΚΛΕΙΔΙ ΤΗΣ ΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ

Η ανακοίνωση για σύγκληση έκτακτης Γενικής Συνέλευσης, ώστε οι μέτοχοι να εγκρίνουν την εξουσιοδότηση για την υλοποίηση αύξησης μετοχικού κεφαλαίου - διαδικασία θα έχει υλοποιηθεί έως τις 31 Ιουλίου -, ξάφνιασε εν μέρει την επενδυτική κοινότητα. **Τα ζητούμενα κεφάλαια των €250 εκατ. συνιστούν μία από τις μεγαλύτερες ΑΜΚ στην ελληνική βιομηχανία**, θα αποτελέσουν μέρος χρηματοδότησης ενός **ευρύτερου επενδυτικού προγράμματος επενδύσεων, ύψους €455 εκατ. έως το 2030** και μέσω της κατάργησης του δικαιώματος προτίμησης ξεκλειδώνεται η είσοδος στο μ.κ. ξένων κεφαλαίων.

Στο 84,78% η συμμετοχή του ομίλου Viohalco S.A. οριακά στο 15% η ελεύθερη διασπορά, θυμίζοντας πως ο όμιλος αποτιμάται στα €1,992 δισ. (με τιμή κλεισίματος 19/6 στα €5,31). Σύμφωνα με την ανακοίνωση **ο επενδυτικός σχεδιασμός εδράζεται στους τομείς**

- **του Αλουμινίου** (κατασκευή νέου ψυχρού ελάστρου με ετήσια παραγωγική δυναμικότητα περίπου 300kt, ανάπτυξη ενός νέου κυτηρίου και κέντρων ανακύκλωσης).
- **και του Χαλκού** (επέκταση δυναμικότητας εντός του υφιστάμενου αποτυπώματος: στοχευμένες επενδύσεις για την κλιμάκωση της παραγωγής κατηγοριών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας- κέντρο ανακύκλωσης στη Sofia Med)

θα σταθώ σε δύο σημεία: **στο ψυχρό έλαστρο, καθώς πρόκειται για μια καθοριστική επένδυση που θα επιτρέψει την αξιοποίηση των οφελών του προηγούμενου επενδυτικού προγράμματος. Το 2020, η εταιρεία εγκατέστησε ένα μεγάλο θερμό έλαστρο, το οποίο αύξησε τη δυναμικότητα αλουμινίου σε έως**

800kt ετησίως. Η δυναμικότητα αυτή μπορεί να υλοποιηθεί μόνο εφόσον εγκατασταθεί το ψυχρό έλαστρο. Και στην επέκταση δυναμικότητας, για π.χ. προ-μονωμένους σωλήνες χαλκού, εξελασμένα προϊόντα, σωλήνες CuNi, **προκειμένου να αξιοποιηθεί η διαρθρωτικά αυξανόμενη ζήτηση που οφείλεται σε βασικές megatrends (megatrends) και εξειδικευμένες εφαρμογές τελικής χρήσης – χωρίς ανάγκη νέας δυναμικότητας greenfield.**

Το μυστικό στην περίπτωση της ElvalHalcor είναι τα megatrends και **με την ΑΜΚ γίνεται ένα πολύ σημαντικό βήμα για τη μετατροπή σε “μέγα όμιλο” διεθνών προδιαγραφών που σε επόμενη φάση πιθανότατα θα έχει ισχυρούς μετόχους μειοψηφίας. Ας δούμε πως θα γίνει η ΑΜΚ: μέσω συνδυασμένης προσφοράς δημόσια προσφορά στην Ελλάδα προς ιδιώτες και ειδικούς επενδυτές, και ιδιωτική τοποθέτηση στο εξωτερικό μέσω διεθνούς βιβλίου προσφορών (book building) σε θεσμικούς επενδυτές. Οι δύο διαδικασίες θα τρέξουν παράλληλα και η τελική τιμή διάθεσης θα είναι κοινή για όλους. Ποιοι θα την τρέξουν: **συντονιστές (Joint Global Coordinators) και διαχειριστές του βιβλίου προσφορών (Joint Bookrunners) για τη θεσμική προσφορά θα είναι η Goldman Sachs Bank Europe SE και η UBS Europe SE**, καταδεικνύοντας τον διεθνή χαρακτήρα της διαδικασίας. Αύξηση που θα γίνει με κατάργηση του δικαιώματος προτίμησης, για ταχύτερη ολοκλήρωση, καλύτερη τιμολόγηση και κυρίως για διεύρυνση της μετοχικής βάσης-διευκολύνοντας την είσοδο ξένων κεφαλαίων και δη αμερικανικών.**

Εξέλιξη που για όσους παρακολουθούν χρόνια τον όμιλο, είναι απολύτως φυσιολογική, ενταγμένη σε έναν **ευρύτερο σχεδιασμό της “τρίτης γενιάς**

Στασινόπουλου”. **“Με σεβασμό στο παρελθόν, η μετάβαση στο μέλλον” το θέμα μας (26 Ιανουαρίου)** προϊδεάζοντας για το τι θα ακολουθούσε τις διοικητικές αλλαγές του Ιανουαρίου. Μάλιστα, σημειώναμε τότε πως, “...για το πως διαγράφεται η “επόμενη ημέρα”, η 3η γενιά Viohalco, εικόνα είχαμε όσοι παρακολουθήσαμε την εκδήλωση για τα 100 χρόνια του ομίλου, πέρυσι τον Απρίλιο. Ξεκινώντας από τον τόπο της εκδήλωσης- στην Πειραιώς 252/ στον Ταύρο- όπου και οι πρώτες εγκαταστάσεις. Έναν επιβλητικό χώρο παραγωγής και δημιουργίας, από τον οποίο ξεκίνησε η μεγάλη αυτή βιομηχανία που κατάφερε να συνδέσει το όνομά της με την ίδια τη βιομηχανική ιστορία της Ελλάδος, αποτελώντας αναπόσπαστο μέρος της. Ιδιαίτερος ο συμβολισμός, κοινή απόφαση των Ιπποκράτη-Ιωάννη και Μιχαήλ Στασινόπουλου. Χαρακτηριστική δε η αναφορά μας ότι “...**οι διεθνείς αγορές προτεραιοποιούνται πολύ υψηλά, είτε μέσω δημιουργίας βάσεων παραγωγής, είτε μέσω συμμετοχής ξένων funds στο μ.κ. ή και μαζί ή και με επιπλέον εργαλεία που θα αρχίσουν να ενεργοποιούνται από φέτος κιόλας. Μικρό μεν-ενδεικτικό δε, των προθέσεων το μίνι placement που προχώρησε η Viohalco διαθέτοντας (17/12) το 1,72% του μ.κ. της Cenergy Holdings. Αφ’ ενός γιατί πραγματοποιήθηκε σε υψηλή τιμή (15,80/μτχ) αφ’ ετέρου επειδή αγοραστής ήταν αμερικανικό fund.” Και μία λεπτομέρεια επενδυτικού/ χρηματιστηριακού ενδιαφέροντος. Την περίοδο δημοσίευσης του θέματος στο BnB Daily η χρηματιστηριακή αξία των Viohalco, Cenergy Holdings, ElvalHalcor ήταν συνολικά €7 δισ. Σήμερα, με το κλείσιμο της Παρασκευής είναι στα €12,7 δισ. η δε μετοχή της ElvalHalcor σχεδόν 42% υψηλότερα. Αυτά...**

SECRETRECIPE

**Επένδυση
με... προεκτάσεις**

Η επένδυση - ακόμα μία - σε εξοπλισμό και υποδομές, που κάνει ο συγκεκριμένος όμιλος, μόνο τυχαία δεν είναι. Όπως πληροφορείται το FNB Daily, έχει σημαντικές προεκτάσεις και σχετίζεται με τον ευρύτερο σχεδιασμό της διοίκησης για τον μετασχηματισμό, που θέλει να κάνει σε ό,τι αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων του ομίλου. Περισσότερα, σύντομα...

SÖ POSH!
the trendletter

ΕΠΕΙΔΗ...
BUSINESS IS BUSINESS,
PLEASURE IS PLEASURE!

**Κάθε Σάββατο
στις 9.30**

ΤΟ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ NEWSLETTER

ΓΙΝΕ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΕΔΩ

Editorial

Τουριστικό rollercoaster

Συζητώντας με έμπειρους ανθρώπους από τον τουριστικό κλάδο σχετικά με την φετινή τουριστική περίοδο στην Ελλάδα, διαπίστωσα πως όλοι όσοι απασχολούνται ή επιχειρούν στον κλάδο, βιώνουν την απόλυτη κυκλοθυμία, σε ό,τι αφορά την πορεία των κρατήσεων και των εσόδων. Τα δεδομένα μέχρι στιγμής έχουν ως εξής:

Πρώτον, φέτος είναι πάρα πολύ έντονο το φαινόμενο των κρατήσεων της τελευταίας στιγμής. Αυτό συμβαίνει, τόσο διότι υπάρχει στην Ευρώπη αβεβαιότητα σχετικά με τα οικονομικά των νοικοκυριών, και ειδικά σε χώρες όπως η Γερμανία και η Αγγλία, από τις οποίες εισέρχεται σημαντικός αριθμός τουριστών στη χώρα μας, όσο - και ως συνέπεια αυτού - διότι οι τουρίστες αυτοί επιλέγουν να κάνουν την οποιαδήποτε κράτηση στο παρά ένα, θέλοντας να εκμεταλλευτούν τις προσφορές, που πάντα υπάρχουν από τα ξενοδοχεία και τις πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης για τα αδιάθετα δωμάτια και σπίτια.

Δεύτερον, το πρώτο τετράμηνο της φετινής χρονιάς έχει φέρει πολύ αισιόδοξα μηνύματα αναφορικά με τα έσοδα από τον τουρισμό. Τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος δείχνουν αύξηση των εσόδων κατά 40%, από τα 2 πέρυσι στα €2,8 δισεκατομμύρια φέτος. Και, με βάση αυτά τα δεδομένα, οι εκτιμήσεις αναφέρουν πως θα υπάρξει σημαντική άνοδος και για το σύνολο της χρονιάς. Δηλαδή, από τη μία πλευρά έχουμε ακόμα συγκρατημένη αισιοδοξία σχετικά με τις κρατήσεις και τις πληρότητες τους τρεις καλοκαιρινούς μήνες (ο Ιούνιος φαίνεται ότι κλείνει με πληρότητα στο 70%), και από την άλλη πλευρά, παρά το γεγονός αυτό, τα έσοδα πηγαίνουν καλά. Σε αυτό βέβαια συντελεί και ένα ακόμα στοιχείο.

Καταγράφεται χρόνο με τον χρόνο μία όλο και μεγαλύτερη μετατόπιση των κρατήσεων από τις παραδοσιακές μας αγορές, στους μήνες της άνοιξης και του φθινοπώρου. Και αυτό συμβαίνει για τους εξής λόγους:

Πρώτον, διότι κυρίως οι τουρίστες από τις βόρειες χώρες δεν αντέχουν τις πολύ υψηλές θερμοκρασίες του Ιουλίου και του Αυγούστου, με αποτέλεσμα να επιλέγουν το φθινόπωρο και την άνοιξη, δεύτερον, επειδή οι τιμές στην παραδοσιακή high season είναι παραδοσιακά πολύ υψηλές, και τρίτον, επειδή αυτή την περίοδο καταγράφεται συνωστισμός στους δημοφιλείς προορισμούς της Ελλάδας, αλλά κι άλλων χωρών, όπως η Ισπανία (καθώς και εκεί η συμπεριφορά των τουριστών είναι η ίδια).

Συνεπώς, εδώ δεν μιλάμε για τον παραδοσιακό σχεδιασμό και προγραμματισμό από πλευράς των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά για το απόλυτο rollercoaster.

Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό πρέπει να βάλουν στο business plan τους έναν εντελώς διαφορετικό σχεδιασμό. Και να λειτουργήσουν με βάση αυτά τα νέα δεδομένα.

Τα οποία, βέβαια, δεν σας κρύβω πως δεν είμαι καθόλου βέβαιος ότι θα παραμείνουν δεδομένα για την επόμενη χρονιά και δεν θα αλλάξουν πάλι.

Αλλά, όπως έχουμε πολλάκις πει, στην εποχή των μεγάλων και διαρκών διαταραχών, τα πάντα είναι αναμενόμενα.

Συνεπώς, δεν χρειάζεται γκρίνια και μεμψιμοιρία, αλλά διαρκής εγρήγορση και προσαρμογή.

Όπως, άλλωστε, σε όλη την οικονομία και το επιχειρείν.

Τόσο απλά.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr